

## ELECCIÓN RACIONAL, VOTO OBLIGATORIO Y VENTA DEL VOTO EN COLOMBIA\*

*Francisco Angarita Cala\*\**

*Universidad Católica de Colombia*

### Resumen

En el artículo se hace un ejercicio en el que se utiliza la teoría de la decisión racional para explicar porque en las elecciones, la escogencia de un determinado candidato y la determinación de vender el voto, son productos de las decisiones racionales de las personas. Se cataloga la venta del voto como una forma de corrupción, una forma racional de corrupción. Finalmente, frente a esta caracterización, se establece que una imposición de derecho positivo como la implementación del voto obligatorio, es insuficiente para combatir la venta del voto como forma de corrupción.

**Palabras Clave:** corrupción, democracia., elecciones, elección racional, información, venta del voto, voto obligatorio.

### Abstract

In the paper, an exercise in which the rational decision theory is used to explain why in elections, the choice of a particular candidate and the determination to sell the vote, are products of the rational decisions of the people is made. The vote selling is cataloged as a form of corruption, a rational form of corruption. Finally, against this characterization, it is established that an imposition of positive law as the implementation of compulsory voting, is insufficient to combat the vote selling as a form of corruption.

**Key Words:** corruption, democracy, elections, rational choice, information, vote selling, compulsory voting.

---

\* Artículo de Reflexión elaborado como Trabajo de Grado para optar al título de Abogado, bajo la Dirección del Dr. Ricardo Ariza Docente de la Facultad de Derecho Universidad Católica de Colombia. Sede Bogotá D.C. 2017

\*\* Estudiante de derecho de la Universidad Católica de Colombia, quien está optando por el título de pregrado de Derecho, se ha desempeñado como servidor público, desde el 2009 en la Procuraduría General de la Nación. [fangaritacala@hotmail.com](mailto:fangaritacala@hotmail.com)

## **SUMARIO**

### **Introducción**

#### **1 TEORÍA DE LA DECISIÓN RACIONAL**

- 1.1 Generalidades
- 1.2 Racionalidad paramétrica
- 1.3 Racionalidad estratégica
- 1.4 Acción colectiva
- 1.5 Disonancia cognitiva
- 1.6 Metaordenamiento y metapreferencias

#### **2. DECISIÓN RACIONAL DEL VOTO**

- 2.1 Modelo general
- 2.2 Abstención
- 2.3 El voto decisivo
- 2.4 Información
  - 2.4.1 Persuasión
  - 2.4.2 ideología

#### **3. CORRUPCIÓN**

- 3.1 Caracterización
- 3.2 Definiciones
- 3.3 Ecuación de Klitgaard
- 3.4 Venta de votos
  - 3.4.1 Formación de la voluntad política
  - 3.4.2 Políticas públicas
  - 3.4.3 forma de corrupción

#### **4. VOTO OBLIGATORIO**

- 4.1 Colombia y Latinoamérica
- 4.2 Voto obligatorio y venta del voto

### **CONCLUSIONES**

### **REFERENCIAS**



## Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

**Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)**

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

### Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

hacer obras derivadas

### Bajo las condiciones siguientes:



**Atribución** — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



**No Comercial** — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

## INTRODUCCIÓN

La corrupción es un fenómeno que parece estar enquistado en todos los niveles de la sociedad y afectar por igual a los diferentes estamentos que la componen. Aunque los hechos de corrupción que se registran a diario son el reflejo y el elemento que sirve para rememorar los eventos que a lo largo de su historia republicana han afectado a Colombia, pareciera ser que la percepción ciudadana sobre la corrupción ha aumentado. De acuerdo con una reciente encuesta efectuada por Datexco (2017) , al indagar acerca de la corrupción, los resultados indican que el 59,1% de la población siente que este flagelo ha aumentado, el 33,6% que se mantiene igual y solo el 6% considera que ha disminuido. En lo relativo al manejo de este problema en el país, el 72% de la población desaprueba la forma como se está manejando y considera que es uno de los 6 principales problemas que el próximo presidente de la república deberá resolver.

Como una medida para atacar este problema, específicamente en lo relativo a la compra de votos por parte de algunos candidatos a cargos de elección popular en todo el país, desde diferentes estamentos de la sociedad (gobierno, academia, organizaciones sociales) se han escuchado voces que piden que se implemente el voto obligatorio dentro del ordenamiento positivo.

Solo para mencionar uno de los múltiples pronunciamientos sobre el tema, el entonces ministro del interior, Juan Fernando Cristo Bustos, en febrero pasado propuso al Congreso de la República el voto obligatorio como uno de los elementos de la reforma política y una medida para desestimular la compra de votos (Diario El Tiempo, com, 2017).

De lo manifestado, surge la necesidad de establecer si la implementación del voto obligatorio es un mecanismo efectivo para reducir la venta de votos, como

forma de corrupción en Colombia. Para lo anterior, es preciso determinar si la venta del voto se constituye en sí misma como una forma de corrupción.

Este artículo se desarrolla sobre 4 ejes generales. El primero comprende una breve y genérica conceptualización sobre la teoría de la decisión racional. El segundo eje aborda conceptos sobre la decisión racional aplicada al voto. Luego se recogen definiciones de corrupción, y se puntualiza sobre la venta de votos, contrastando esta conducta con una definición, para determinar si la venta del voto constituye o no una forma de corrupción. El último eje desarrolla el tema de voto obligatorio, sus modalidades y la eventual utilidad que tendría sobre la venta de votos, analizando aquel a la luz de la teoría de la decisión racional.

Lo anterior para concluir que la implementación del voto obligatorio por sí sola, es una medida insuficiente, frente a la problemática de la venta de votos en los diferentes procesos electorales en el país.

## **1 TEORÍA DE LA DECISIÓN RACIONAL**

### **1.1 Generalidades**

Los seres humanos, como individuos y como especie, nos preciamos constantemente de nuestra racionalidad. Al ser indagados por las características particulares que tenemos frente a las demás especies animales, reivindicamos el argumento según el cual el ser humano es un animal racional), entendiendo ese carácter racional como el elemento que nos diferencia de los demás seres (García, 2010, p. 298)

Esa racionalidad, que es un concepto de orden eminentemente abstracto, se vuelve concreto y alcanza una forma cierta y determinada al momento de tomar

decisiones. El ser humano utiliza su racionalidad para escoger la mejor opción entre las múltiples que se presentan en torno a la resolución de las variadas situaciones que afronta en su cotidianidad.

Existe una tendencia de aplicación de la teoría económica a las dinámicas sociales, dentro de las que puede incluir la toma de decisiones. La forma como se aplica este análisis económico a la acción social, en los diferentes ámbitos que esta comprende, se conoce como teoría de la decisión racional (Paramio, 2005).

Dicha teoría tiene múltiples vertientes. Una concepción clásica de la misma, afirma que una persona actúa de forma racional cuando, voluntariamente escoge el mejor medio para alcanzar una meta. Esta meta se origina en un conjunto de preferencias ordenadas (donde si se prefiere a 1 sobre 2 y a 2 sobre 3, indudablemente se preferirá a 1 sobre 3) y constantes (si se prefiere a 1 sobre 2 se continuará prefiriéndolo para todas las situaciones iguales) (Cristiano, 2006).

También supone que el individuo busca la maximización de su utilidad, trasladándose de una situación de menor a una de mayor satisfacción representada esta última por un mayor bienestar individual (Mendoza, 2009), como lo afirman Fernández de Mantilla y Flórez (2008): “En síntesis, las personas persiguen sus fines con el mínimo empleo de recursos escasos y solo emprenden acciones en las que el ingreso marginal excede el coste marginal” (p.203).

También existen otros acercamientos teóricos críticos de los que explican la racionalidad de las decisiones únicamente en la utilidad de los fines y la maximización del beneficio. Una versión menos tradicional agrega otros elementos, con autores que plantean un asiento en el proceso cognitivo de producción de la decisión racional, donde se pueden “suponer ‘buenas decisiones’ (satisfactorias) en lugar de ‘elecciones óptimas’ “ (maximizadoras) Cristiano (2006, p. 138) y también están quienes incluyen la propensión a obrar irracionalmente

Dentro de estas posiciones se encuentra también la teoría que incluye el libre albedrío, más allá de un análisis costo beneficio, como un elemento fundamental de libertad al momento de tomar una decisión racional (Searle, 2000).

A efectos del desarrollo del presente trabajo deben precisarse ciertos conceptos que hacen parte de la mencionada teoría de la elección racional y fundamentan teóricamente su aplicación a casos puntuales como el que nos ocupa.

## **1.2 Racionalidad paramétrica**

En la racionalidad paramétrica, un individuo se enfrenta a un mercado sobre el cual tiene información completa, sabiendo que puede ganar y que puede perder con cada opción. Tiene recursos determinados a su disposición, por lo que calcula la relación entre costo y beneficio y su actuación tenderá a maximizar su utilidad (Paramio, 2005).

## **1.3 Racionalidad estratégica**

En la racionalidad estratégica se tiene un conjunto de individuos con unas reglas de juego, donde cada uno debe tener en cuenta no solo la relación costo beneficio como en la racionalidad paramétrica, sino que debe ser capaz de prever las decisiones que los demás individuos tomarán y cómo estas decisiones, afectarán la posibilidad de alcanzar el resultado que busca (Paramio, 2005).

## **1.4 Acción colectiva**

En este caso, a diferencia de los dos anteriores, no se busca establecer la conducta de individuos. Lo importante aquí es determinar cómo actuará un conjunto de personas con el mismo propósito.

Es necesario resaltar que el hecho que todos los individuos estén persiguiendo el mismo propósito, no implica siempre que vayan a trabajar conjuntamente para conseguirlo. Puede suceder que cada uno de quienes conforman ese colectivo, considere que el esfuerzo individual requerido, sea superior al beneficio que podrían obtener de la acción de todos (Paramio, 2005).

Dentro de esta clase de acción, el elemento de cooperación entre los individuos que conforman el colectivo reviste gran importancia. Es así como el Dilema del Prisionero sirve de ejemplo frente a los nocivos efectos de la falta de cooperación y será de gran utilidad posteriormente al abordar el tema de la venta de votos. Este supuesto se construye a partir de dos personas a quienes se acusa de cometer el mismo delito con los siguientes posibles resultados:

- i) si las dos niegan su comisión, las dos quedarán libres, ii) si las dos se declaran culpables, a las dos personas se les impondrá una pena menor, iii) si una se declara inocente y acusa a la otra de ser culpable, y esta se declara inocente, la persona que delata será liberada como inocente y la delatada será condenada con la máxima pena, iv) si las dos declaran su inocencia acusando al otro, las dos personas serán condenadas a la máxima pena (Paramio. 2005, p. 18)

De los posibles resultados es factible prever que la última opción, en la que las dos personas declaran su inocencia acusándose mutuamente de ser culpables, será por la que opten la mayoría de sujetos, ya que, además de la falta de confianza entre ellos, lo que cada individuo busca es su mayor beneficio sin importar que la decisión escogida represente el peor resultado colectivo (Paramio, 2005).



## **1.5 Disonancia cognitiva**

Cuando se presenta la oposición de dos elementos de conocimiento que son útiles entre sí, de tal suerte que estos dos elementos sean contradictorios, se estará en presencia de disonancia entre ellos, disonancia cognitiva (Gómez, 2015). Esta disonancia produce una incomodidad a nivel psicológico con la potencialidad de somatizarse en alteraciones fisiológicas. La importancia de este concepto radica en que la racionalización del conocimiento y la consecuente explicación racional de las decisiones y de la conducta, son elementos que se utilizan para reducir la disonancia cognitiva.

Para efectos del estudio sobre la venta del voto, deben mencionarse tres situaciones en las que es común que aparezca disonancia cognitiva: después de elegir entre alternativas, cuando se realiza una conducta opuesta a la actitud o cuando se recibe información incompatible con las creencias.

Sobre las consideraciones anteriores debe advertirse que cuando el sujeto realiza la toma de las decisiones inclinándose por una conducta opuesta a su actitud, permitiendo en su análisis racional la inclusión de factores externos como premios o castigos, estos sirven como justificación de la conducta y el mayor premio o castigo son directamente proporcionales a la reducción de la disonancia que le produjo el actuar contra su actitud inicial (Gómez, 2015, p. 17).

## **1.6 Metaordenamiento y metapreferencias**

En la toma de decisiones racionales también intervienen dos conceptos fundamentales para entender cómo funciona una imposición normativa frente a las decisiones racionales del individuo: los metaordenamientos y las metapreferencias.

Los metaordenamientos se refieren a la maximización de la utilidad, en su sentido más básico, pues estos cumplen un principio conocido como la transitividad, que sirve para darle un orden a los ordenamientos que rigen al individuo (Mendoza, 2009).

Las metapreferencias se refieren a la naturaleza de lo que el individuo prefiere. Esto, ampliando el concepto de maximización de utilidad, para incluir creencias y deseos en la formación de las preferencias en el proceso de decisión racional. Los elementos que contribuyen en la formación de las metapreferencias, condicionan los metaordenamientos (Mendoza, 2009).

## **2. DECISIÓN RACIONAL DEL VOTO**

### **2.1 Modelo general**

Tradicionalmente se ha defendido la idea que el acto de votar obedece a un comportamiento fundado en la racionalidad (Guglieri, Luna, Cabello & Recio, 1999). Si se analiza esta afirmación a la luz de los elementos de la teoría de la elección racional, descritos previamente, especialmente en lo relativo a la racionalidad paramétrica, encontramos que el elector (individuo), luego de haber conocido el programa de los candidatos en contienda (información completa), utiliza el voto (recurso a su disposición), con el propósito de obtener que el candidato o el partido que más lo beneficia, gane las elecciones (maximizando su utilidad).

### **2.2 Abstención**

Profundizando un poco más, es posible acoger un análisis que tiene en cuenta cuando los individuos deciden abstenerse de votar. Para hacer este análisis es necesario incluir otros factores no considerados en el planteamiento

inmediatamente anterior. Si los ciudadanos participan racionalmente en política, se entiende que votan cuando los beneficios por hacerlo son superiores y se abstienen cuando el costo es superior. El costo al momento de votar, se mide en términos de tiempo (para inscribirse, informarse, ir al sitio de votación) y el beneficio se divide en dos, el valor de su voto frente al deseo de ver ganar al candidato o partido de su preferencia y el valor del voto producto de las políticas públicas que implementará el candidato electo en beneficio de los ciudadanos. La decisión de votar depende de una serie de factores dentro de los que se encuentran: los costos, el valor que atribuye el ciudadano al sistema democrático en el que vive, su preocupación por qué partido ganará, lo reñida que estime la elección y su opinión acerca de cuántos ciudadanos van a votar (Guglieri et al., 1999). Considerando estos elementos, el elector hará un análisis racional, de costos y beneficios de cada uno de los factores descritos y decidirá si votar o abstenerse de hacerlo.

Hasta ahora hemos considerado la elección racional del elector, solo desde la perspectiva de la racionalidad paramétrica, pero debe tenerse en cuenta que a las elecciones tienen la posibilidad de concurrir todos los ciudadanos habilitados para votar, lo que obliga al individuo a analizar no solo su decisión, frente al costo y beneficio individual, sino a considerar a los demás ciudadanos que tienen sus mismas reglas de juego, desde una racionalidad estratégica.

### **2.3 El voto decisivo**

Cuando el elector identifica la importancia que tienen los votos de los demás individuos en la consecución de los fines por los cuales él está votando, busca adquirir más información, ya no para poder determinar con certeza cuál es la opción que más le conviene, como lo hizo antes, sino para evaluar que tantas posibilidades tiene esta opción de ganar. Si el elector considera, luego de analizar la información que pudo adquirir, que la elección tendrá un resultado cercano al

empate, su voto tendrá una importancia mucho mayor que si la elección estuviera abiertamente inclinada a favor de alguna de las opciones a elegir (Guglieri et al., 1999). Lo anterior se explica porque en una elección reñida, cada voto cuenta y 1 solo voto, el de 1 individuo, podría hacer la diferencia.

El ejemplo anterior muestra al individuo cambiando su posición de racionalidad paramétrica y entrando, ineludiblemente, en el ámbito de la racionalidad estratégica, donde cobra vital importancia la información a la que puede acceder el elector.

## **2.4 Información**

El modelo de elección racional desarrollado hasta ahora, presume que el individuo que elige racionalmente tiene acceso a toda la información que necesita, o a la información completa. Esta presunción no tiene en cuenta que el acceso y la calidad de la información representan en sí mismo un costo, que muchas veces es alto y que el individuo no siempre está dispuesto a pagar.

Si bien es cierto que no es posible lograr perfección en la información o información completa, pues existen variables que no son determinables antes de que se presenten, como saber si los demás ciudadanos votarán o se abstendrán o cuáles serán sus preferencias, lo que genera incertidumbre (Guglieri et al., 1999), si el elector tuviera acceso a la totalidad de los programas y propuestas políticas de los candidatos por los que puede votar, al igual que otra información disponible antes de tomar la decisión racional de votar, elegiría una alternativa que le representaría mayor beneficio desde la perspectiva paramétrica y estratégica.

Advertidos la imperfección en el conocimiento y el costo de la información, a partir de estos dos factores se presentan tres elementos que definen e influyen en la decisión del voto del ciudadano dentro del contexto real en el que se desarrolla

la toma de las decisiones: la persuasión, la ideología y la ignorancia racional (Fernández de Mantilla & Flórez, 2008).

#### **2.4.1 Persuasión**

La influencia que ejercen los políticos sobre los electores no tiene un carácter uniforme, varía entre unos y otros, generando dinámicas de desigualdad en un contexto de incertidumbre. “De esta forma los ciudadanos, que en términos de derechos, son iguales, tendrían diferentes niveles de influjo sobre el gobierno y quienes lo conforman, generándose para aquellos una desigualdad material” (Fernández de Mantilla & Flórez, 2008, p. 200).

#### **2.4.2 ideología**

Como no se cuenta con la disponibilidad para acceder a la información, por tratarse de un recurso costoso que no todos están dispuestos a pagar, la ideología es la manifestación de esta reducción del gasto en información, pues “el elector identifica sus preferencias a partir de una ideología que acoge, más allá del conocimiento que tenga sobre una u otra opción” (Fernández de Mantilla & Flórez, 2008, p. 200).

#### **2.4.3 Ignorancia racional.**

Partiendo del desarrollo previo que define la decisión racional como aquella en la que el individuo propende por la obtención del mayor beneficio, con la menor utilización de los recursos disponibles, el elector debería informarse para elegir el candidato o partido que mejor represente sus intereses, sin embargo, como ya se manifestó, acceder a esta información acarrea un alto costo que a la postre es menor que el beneficio que produce haberla obtenido. En ese orden de ideas, es irracional que el elector se empeñe en un proceso en donde el costo sea mayor

que el potencial beneficio. Así, “mantenerse en la ignorancia será la decisión racional, será aquella en la que maximice la relación costo beneficio” (Downs, 1957, como se citó en Fernández de Mantilla & Flórez, 2008, p. 200).

Sobre este punto de la utilidad de la información frente al costo de su obtención, y en lo relacionado específicamente con la ignorancia racional Downs expone:

Ninguna información que la persona recibe es totalmente gratuita. El mero acto de percibirla toma tiempo; y si la asimila o piensa acerca de ella, estos actos toman más tiempo. A menos que el coste de oportunidad de este tiempo sea cero, lo que es improbable, tiene que sacrificar un recurso escaso para obtener información. Este sacrificio Es un costo no transferible.

Si el ciudadano no quiere sucumbir bajo la avalancha de información, tiene que recurrir a la información filtrada. Y quienes filtran la información son los recolectores profesionales de datos, los grupos de interés, los partidos políticos y el propio gobierno. Sólo si tiene un contacto superficial con el gobierno, el ciudadano puede salvarse de perecer bajo la avalancha de datos.

Todo concepto de democracia basado en un electorado de ciudadanos igualmente informados es irracional, es decir, presupone que los ciudadanos se comportan irracionalmente (Downs, 1957, citado por Garzón, 1999, p. 134).

### **3. CORRUPCIÓN**

Antes de empezar con un tema tan amplio, complejo y sobre el que existe tal desarrollo teórico como es la corrupción, es necesario aclarar que para efectos del presente artículo, se tendrán en cuenta puntualmente unas aproximaciones

generales a la definición de corrupción, para resolver a partir de estas, la pregunta sobre si la venta del voto se constituye en una forma de corrupción individualmente determinable.

### 3.1 Caracterización

A pesar de la creencia colectiva, acerca de la incompatibilidad de términos entre corrupción y democracia, debe aclararse que en los regímenes democráticos existe corrupción de igual forma que en los totalitarios. Al respecto se ha manifestado que la corrupción tiene un carácter permanente, existe siempre a pesar del sistema político y como ya se advirtió, puede presentarse en regímenes democráticos al igual que en dictatoriales o autoritarios (Vásquez, 2007). No en vano se dice que *“La corrupción ha existido en diferentes épocas, ha coexistido con diferentes regímenes políticos y constituye un fenómeno universal”* (Rabotnikof, 1999, p. 38).

Tampoco está determinada por el nivel de evolución o desarrollo político de los regímenes, pues en países industrializados, también se registran casos de corrupción. Y no puede adjudicarse su existencia exclusivamente a diferencias sociales o carencias económicas de quienes cometen actos de corrupción, pues como se ha evidenciado en Colombia con casos como el de Interbolsa, individuos con una posición social y económica acomodada, también cometen actos de corrupción.

Este último ejemplo, nos permite ver que la corrupción no es exclusiva del servicio público o de quien maneja recursos públicos. La corrupción puede presentarse en todos los estamentos de la sociedad, en algunos es penalizado como en el caso de los actos de corrupción de los funcionarios públicos y otras veces no se penaliza, como cuando un árbitro en un partido de fútbol recibe dinero para favorecer a un equipo determinado.

Otra característica determinante de la corrupción, sea pública o privada, radica en que esta opera dentro de un marco de clandestinidad, de discreción, de secreto, en donde no pueden hacerse públicos los actos de corrupción y debe mantenerse oculta la actuación de los corruptos. De lo contrario, el corrupto será removido de la posición que le permite serlo y/o será castigado por su conducta.

### **3.2 Definiciones**

Un primer acercamiento a la construcción de una definición indica que la corrupción consiste en que un agente que desempeña una función pública, obtiene un beneficio de carácter privado a partir del incumplimiento de dicha función Rabotnikof(1999), entonces se observan dos elementos fundamentales, el carácter público de la función que se pervierte y el beneficio privado que se obtiene.

Laporta (1997) define la corrupción como:

Un agente investido de autoridad toma una decisión respecto de un ciudadano o persona jurídica privada o pública, de forma que tal decisión genera para el agente, organización, partido, a través de una transferencia de recursos del sector público o del privado, una ganancia personal (p. 20).

En este caso, evidenciamos la presencia de un servidor público, representando en un agente investido de autoridad, que recibe ganancia personal por la toma de una decisión.

Otra acepción, adecuadamente construida del término, indica:



La corrupción consiste en la violación limitada de una obligación por parte de uno o más decisores con el objeto de obtener un beneficio personal extraposicional del agente que lo(s) soborna o a quien extorsiona(n) a cambio del otorgamiento de beneficios para el sobornante o el extorsionado que superan los costos del soborno o del pago o servicio extorsionado (Garzón, 2003 como se citó en Vásquez, 2007, p. 210).

En esta definición hay términos que deben contextualizarse, para comprender su sentido. Se habla de una violación limitada, porque el corrupto solo viola sus deberes de forma parcial, si la violación fuera total, no sería un corrupto sino un inepto y saldría por esta razón de su posición. El decisor es la persona que tiene la capacidad tomar decisiones dentro del marco propio de sus deberes (El policía que impone la multa, el curador que otorga la licencia de construcción, el notario que da fe de un documento). El beneficio es extraposicional porque va más allá del normal rédito (salario, beneficios) que obtendría el decisor por el cumplimiento de su función. Se habla de un decisor que se deja sobornar cuando obtiene beneficio por incumplir su obligación y un decisor que extorsiona cuando obtiene beneficio por cumplir con sus obligaciones.

En un abordaje menos tradicional del concepto, se define corrupción como “un intercambio clandestino que permite obtener un provecho ilícito, mediante la infracción de un deber” (Villamil, 2017, p. 14).

Esta última definición permite abarcar un campo más amplio, pues no se circunscribe exclusivamente a individuos con funciones públicas, sino que da preeminencia al carácter ilícito del provecho obtenido y a la infracción de un deber.

Haciendo una leve modificación a este último concepto, tomándolo como base, y adicionando elementos de las definiciones previamente enunciadas, para

efectos del desarrollo del artículo podemos definir corrupción como: El intercambio clandestino entre una decisión que implica la infracción de un deber, y el provecho extraposicional obtenido por quien incurre en dicha infracción, siempre que la misma afecte el interés público.

Es claro que en esta propuesta, no interesa el carácter público o privado del decisor- infractor, ni quien se beneficie con la infracción del deber. La relevancia está puesta en que la decisión comporte una afectación al interés público y por tal afectación se obtenga un beneficio extraposicional, que siempre tendrá un carácter privado. En lo relativo al deber, este refiere al “complejo y duradero” que plantea Larrañaga, el cual a diferencia de la responsabilidad, no está asociado directamente con ningún objetivo particular (Larrañaga, 2001).

### 3.3 Ecuación de Klitgaard

Existen modelos matemáticos a partir de los cuales se busca determinar la potencial aparición de corrupción o de actos de corrupción en la sociedad. Uno de esos modelos es: La *ecuación básica de la corrupción* que originalmente planteaba Klitgaard (1994):

$$C = M + D - R$$

Donde, C es la corrupción que equivale a: M, que es el monopolio de la decisión, más D, que es la discrecionalidad sobre la decisión, menos R, que es la responsabilidad por la toma de la decisión.

Recientemente la ecuación se ha modificado, y la responsabilidad R, se ha cambiado por transparencia T, resultando de esta forma:

$$C = M + D - T$$

Para efectos prácticos, la responsabilidad y la transparencia son términos análogos que se refieren a la obligación de dar cuentas por la decisión tomada (Vásquez, 2007).

La ecuación indica que entre más monopolio y discrecionalidad en la decisión, y menos responsabilidad o transparencia sobre la misma, más alta será la probabilidad de que se presente corrupción en la toma de decisiones. De tal suerte que debe procurarse que las decisiones se tomen de forma plural, con criterios taxativamente señalados, de forma pública, transparente y de cara a la sociedad civil.

Frente a la ecuación se plantea, acertadamente, que si los elementos de la misma: monopolio de la decisión, discrecionalidad sobre la decisión, y responsabilidad por o transparencia en la toma de la decisión, se llevan a sus opuestos, se estará en presencia de elementos útiles de lucha contra la corrupción, que además son propios y constitutivos de un estado democrático de derecho (Vásquez, 2007).

### **3.4 Venta de votos**

La compra y venta de votos es un fenómeno de extendida ocurrencia en varias sociedades, especialmente aquellas con sistemas democráticos nuevos y débiles (Fergusson, Molina y Riaño, 2017) y Colombia no es la excepción.

Esta práctica consiste en que el candidato a alguno de los múltiples cargos de elección popular, bien sea para las corporaciones que componen la rama legislativa en sus distintos niveles o las de la rama ejecutiva, entrega un beneficio,

unas veces en forma de dinero en efectivo, otras veces en especie (elementos de infraestructura de soluciones de vivienda - tejas, ladrillos, baterías sanitarias-, alimentos –platos de lechona, tamales-, medicamentos, etc.) que se convierte en un tipo de remuneración, en favor del ciudadano, para que este, en contraprestación, deposite su voto para que aquel de quien está recibiendo el pago, resulte elegido. Esta conducta, de acuerdo con la legislación colombiana, acarrea responsabilidad penal (art. 390 del código penal colombiano) tanto para quien compra el voto como para quien lo vende.

Lo anterior, evidencia que el problema tiene dos fases, la compra y la venta del voto, e implica de la misma forma tanto a quien lo compra como a quien lo vende, pero para poder desarrollar el ejercicio que ocupa este artículo, en lo que se refiere a la utilidad del voto obligatorio como mecanismo de lucha contra la venta del voto como forma de corrupción, es necesario delimitar el objeto de estudio, a una parte de la conducta, a la que se refiere a la decisión de vender el voto, la cual incluye exclusivamente a quien recibe el pago.

Según un reciente estudio, entre un 40 y 50% de los colombianos habitantes de las zonas urbanas, vendería su voto por 10 mil pesos. Esta cifra se incrementa a un aproximado de 52% de las mujeres y 57% de los hombres a medida que se aumenta el precio a pagar por el voto hasta 50 mil pesos (Fergusson y Riaño, 2014). Lo anterior arroja un dato muy preocupante, más de la mitad de la población urbana de Colombia vendería su voto por 50 mil pesos.

La decisión de vender el voto, arremete de forma directa contra dos elementos especialmente sensibles del sistema democrático sobre el que se fundamenta el estado colombiano: la formación de la voluntad política y la formulación de políticas públicas.

### **3.4.1 Formación de la voluntad política**

Es evidente que tanto los candidatos como los partidos políticos a los que aquellos pertenecen, deben generar una expectativa en el potencial elector a partir de la promesas que se expresan en el programa que el candidato se compromete a desarrollar una vez sea elegido.

En concordancia con lo anterior, para el ejercicio de la política es fundamental el papel del partido político en las dinámicas deliberativas en las que interviene, pues estas posibilitan la solución de cuestiones básicas de la convivencia y la resolución de conflictos de los ciudadanos (Sánchez, 2000).

Esto, se enmarca en el devenir de la campaña electoral, la cual se define como la competencia entre los partidos políticos con el objetivo de lograr la mayor adhesión posible a sus programas y dirigentes, en un ambiente de plena libertad de expresión y elección, de la que deben gozar candidatos y electores (Sánchez, 2000). La venta de los votos impide que se dé, todo lo que acabamos de describir.

Al supeditar su decisión a una remuneración por el ejercicio del sufragio, el elector nunca podrá formarse una idea cierta de las preferencias que tiene en política, porque sus preferencias estarán dictaminadas por el partido o el candidato que más le pague por su voto, no será libre de elegir.

Esto implica que el ciudadano no tendrá un rol activo dentro de las deliberaciones políticas y no podrá contribuir a la formación de la voluntad política, pues si no lo hace como individuo, mucho menos podrá hacerlo como parte de la comunidad.

### **3.4.2 Políticas públicas**

El otro elemento que se ve seriamente afectado por la decisión del elector de vender el voto es la formulación de políticas públicas.

El funcionamiento que se espera del sistema político, consiste en que el vínculo de los partidos y sus candidatos, se fundamente en identificaciones programáticas con los electores, donde las propuestas de los políticos, materializadas en los diferentes programas que ofrecen, responda a la necesidad de revelar los intereses y las problemáticas de la sociedad, organizados en torno a su prevalencia. A partir de esta priorización, deben formularse políticas públicas que beneficien indistintamente a todos los habitantes, aún a quienes votan por un candidato contrario o se abstengan de hacerlo.

El problema con la venta del voto, es que el político no tiene ningún interés en la formulación de políticas públicas, pues su elección estará determinada por su capacidad de pagar por los votos que requiere para hacerse elegir y ocupará su tiempo y energías, en agenciar beneficios específicos a costa de los recursos del estado (Fergusson & Riaño, 2014).

Mientras tanto, el elector no se preocupará porque las políticas públicas guarden coherencia con los problemas que presenta la sociedad o con el programa de quien fuera candidato, pues su interés estará centrado en obtener un beneficio inmediato y particular en desmedro de la implementación de políticas que ofrezcan bienestar general a largo plazo.

De esta forma, se dará prevalencia a los beneficios individuales para minorías electoralmente relevantes, por encima de la creación y entrega de bienes públicos de interés general Fergusson y Riaño, (2014), producto de una formulación coherente de políticas públicas.

### **3.4.3 forma de corrupción**

Advertidos los anteriores efectos, gravemente nocivos, que tiene la venta del voto sobre el sistema político y el estado democrático de derecho, es pertinente determinar si la venta del voto se constituye en sí misma como una forma de corrupción.

Atendiendo la definición construida, según la cual la corrupción consiste en el intercambio clandestino entre una decisión que implica la infracción de un deber, y el provecho extraposicional obtenido por quien incurre en dicha infracción, siempre que la misma afecte el interés público, debemos analizar la conducta de la venta del voto contrastándola con los elementos que contiene la definición.

La venta del voto implica un intercambio clandestino, pues como se indicó previamente, esta es una conducta castigada por el ordenamiento penal colombiano, de tal suerte que tanto quien compra el voto como quien lo vende, buscaran el perfeccionamiento de su transacción de una forma en la que nadie más se entere de la ocurrencia del hecho.

En la conducta analizada se está haciendo un intercambio entre votar por quien paga por el voto, que sería la decisión que implica la infracción de un deber y el pago que se recibe, que sería el provecho extraposicional por la ejecución de dicha acción.

La decisión de vender el voto implica la infracción de un deber, pues el elector, si decide votar, tiene la obligación de hacerlo por quien, de acuerdo con su leal saber y entender, mejor represente su ideario político, y no por quien le paga por su voto.

La infracción del deber conlleva una afectación al interés general, pues como se mencionó previamente, la venta del voto afecta la formación de la cultura política y la formulación de políticas públicas, dos elementos esenciales para el bienestar general y la consecución del bien común.

Al vender el voto, el pago por el mismo se constituye en un provecho extraposicional obtenido por quien incurre en la infracción del deber, pues el beneficio que debe obtener el elector por expresar sus preferencias a través del voto, se circunscribe a que el candidato de su preferencia sea elegido e implemente las políticas públicas que procuren la solución de los problemas que afectan a la sociedad y al elector como parte de esta, por lo tanto se concluye que la venta del voto, si constituye una forma de corrupción.

#### **3.4.4 Corrupción racional**

Al momento de tomar la decisión de si participa o no en política, el elector, como en todas las demás situaciones de la vida, utilizará el recurso a su disposición (el voto) y buscará la maximización de su utilidad.

Habíamos visto que la información es un recurso limitado y acceder a la misma para utilizarla en la escogencia entre distintas opciones al momento de decidir por quien votar, representa un costo mayor que el beneficio que se obtiene por informarse para votar. El potencial elector siempre estará mal informado o la información a su disposición será incompleta.

Aunado a lo anterior, se presenta la existencia de un patrón general de desinterés de los colombianos por los temas políticos Fergusson y Riaño ( 2014), y de desconfianza en las instituciones y en la probidad de quienes las regentan (desconfianza que se predica también de sus pares, pues se piensa que todas las personas buscan maximizar su beneficio de forma individual, excluyendo los intereses de los demás, como en el Dilema del Prisionero).



En este sentido se manifiesta que en Latinoamérica ni los derechos cívicos ni los políticos están garantizados por las instituciones del estado, lo que desdice de la calidad de las democracias de esta región del mundo (Cuellar & Oseguera, 2008).

Otro elemento a considerar es el egoísmo, parte esencial de su conducta, que dificulta en el individuo la apropiación de conceptos como el interés general y el bien común, pues tiene un comportamiento auto interesado en maximizar su beneficio individual, pasando por encima de las necesidades y objetivos de sus pares (Mendoza, 2009). Sus limitaciones no le permiten ver que sus objetivos no distan en mayor medida de los del resto de la población, y que si se uniera con las otras personas, en términos de acción colectiva, lograría alcanzar sus metas.

En este entorno tan enrarecido, con acceso limitado a todos los recursos, falta de satisfacción plena de las necesidades básicas, y al no encontrar respuestas en sus gobernantes, el elector al preguntarse por quién votar, se responde que todos los candidatos son iguales, que lo único que buscan es un provecho particular y que incumplirán sus promesas. En ese momento, su racionalidad le indica que la decisión que maximiza su utilidad es vender el voto.

Antes de tomar esa decisión, el elector se enfrenta a dos ordenamientos Mendoza (2009) (retomando el concepto de los metaordenamientos y metapreferencias), el normativo, representado por la norma que prohíbe y penaliza con cárcel la venta del voto y el ordenamiento de los precios, donde busca pagar menos y que le paguen más. En el caso concreto, el elector le dará prevalencia al ordenamiento de los precios, sobre el normativo. En esta jerarquización, tiene un papel fundamental las preferencias del elector, pues estas se habrán formado a partir de los elementos del contexto que se han mencionado (desinterés generalizado, entorno enrarecido) las cuales determinarán al elector a premiar su interés individual, sobre el cumplimiento de la ley.

Dado que en Colombia el sistema electoral no prevé controles ni canales de comunicación efectivos entre el elector y el elegido, el elector racional opta por asegurar un beneficio cierto y concreto, como lo es el pago por su voto, frente a un improbable cumplimiento de las promesas y programas de campaña de su candidato, (cuando las ha conocido) las cuales percibe como una entelequia.

Como esta situación es permanente, pues los políticos siempre prometen cosas que incumplen y el elector i) nunca tendrá formas efectivas de ejercer control sobre quien elige, ii) siempre buscará cumplir exclusivamente sus objetivos, iii) su desinterés y desconfianza son constantes, y iv) siempre le hará falta información, cada vez que se presenten elecciones actuará de la misma forma, pues como ya se señaló, las preferencias racionales son constantes y el hombre racional se caracteriza por repetir sus decisiones siempre que el contexto y los hechos sean los mismos (Fernández de Mantilla & Flórez, 2008). Si el elector cree estar obteniendo el mayor provecho con su conducta, la seguirá aplicando para situaciones iguales.

#### **4. VOTO OBLIGATORIO**

El artículo 258 de la Constitución Política de Colombia de 1991 establece que el voto es un derecho y un deber ciudadano y que el estado velará porque se ejerza sin coacción y de forma secreta. El ciudadano colombiano es libre de concurrir a las urnas a expresar su opinión a través del voto, bien sea escogiendo algún candidato, o votando en blanco. También es libre de abstenerse de votar y no se le impondrá sanción alguna por este hecho.

##### **4.1 Colombia y Latinoamérica**

En Colombia el voto nunca ha sido obligatorio a pesar de la opinión expresada por variados columnistas como Gómez-Pinilla (2014) y Rodríguez-Garavito (2017) y de haber sido presentados múltiples proyectos de acto

legislativo en este sentido,. El último de ellos, el proyecto de acto legislativo 08 de 2014 que buscaba la modificación del artículo 258 de la constitución política de Colombia, para volver obligatorio el voto y sancionar a quien no votara, fue presentado el 20 de julio de 2014 y archivado por retiro del autor el 7 de octubre del mismo año.

En Latinoamérica encontramos que en Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador, Honduras, Paraguay, Perú y Uruguay, el voto es obligatorio y su incumplimiento se sanciona. Por otra parte, en Chile, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, República Dominicana y Venezuela, o bien es voluntario o es obligatorio pero el incumplimiento de esta obligación no representa sanción alguna.

Por medio del voto obligatorio se ha pretendido resolver el problema de la representatividad del sistema político de una forma que puede exponerse a través de un argumento en dos tiempos. Primero, que al verse compelidos por el ordenamiento positivo que les impone una sanción por no votar, los ciudadanos concurrirán en mayor porcentaje a las urnas. Segundo, que como producto de la mayor concurrencia de votantes, se legitimarán las elecciones y el sistema democrático en general, porque, por ejemplo, no tiene la misma gobernabilidad un candidato a la alcaldía de una ciudad de 1 millón de habitantes que es elegido por la mayoría de diez mil votos válidos que el que resulta elegido por la mayoría de cien mil votos válidos.

El problema es que la evidencia empírica no necesariamente concuerda con la primera parte del argumento. Tenemos el caso de Venezuela donde en elecciones celebradas en diciembre de 1993, con voto obligatorio, hubo una abstención superior al 60 % y luego de abolir la obligatoriedad del voto en 1999, se han registrado índices de participación superiores al 50%. También resalta la

situación de Paraguay, con voto obligatorio, donde entre 1998 y 2003 la abstención pasó de 19% a 36% (Fernández & Thompson, 2007).

Frente a la segunda parte, se encuentran manifestaciones sobre la necesidad de fortalecer la democracia a partir de políticas conducentes a mejorar la calidad de la participación política en general y no solo desde la imposición de preceptos normativos (Ungar, 2007).

#### **4.2 Voto obligatorio y venta del voto**

Otro problema que se pretende solucionar con la implementación del voto obligatorio, es el de la compra y venta de votos. El razonamiento en este sentido se construye a partir de considerar que al obligar al ciudadano a votar, a través de una norma de rango constitucional que prescribe un castigo, se incrementaría la participación en las elecciones, con la consecuente reducción de la abstención.

Siguiendo con el planteamiento, al reducir el porcentaje de abstención y lograr aumentar el número de personas que votan, hasta el punto de que la totalidad del censo electoral concurra a sufragar, la práctica de la compra de votos, se reduciría sustancialmente, pues no existiría maquinaria ni candidato con la capacidad económica suficiente para comprar el número necesario de votos, que sería mayor, para hacerse elegir. Porque, y retomando el ejemplo, al candidato a la alcaldía de la ciudad con 1 millón de habitantes le es más fácil comprar la mayoría de diez mil votos válidos que la mayoría de cien mil votos válidos.

Un argumento como presentó el entonces representante a la Cámara, Barreras-Montealegre (2006) en la exposición de motivos del proyecto de acto legislativo 101/06, por el cual se buscaba darle rango constitucional a la

obligatoriedad del voto y a la sanción que estableciera la ley, en caso de incumplir con tal mandato.

En este orden de ideas, **una propuesta de obligatoriedad del voto en Colombia se hace pertinente**, tanto para aumentar la legitimidad de los gobernantes resultantes del proceso democrático y de sus decisiones, como para disminuir la efectividad de la maquinaria clientelista, nociva para la salud del sistema político, en tanto que los efectos del clientelismo serían neutralizados debido a la imposibilidad de cualquier máquina de extender un mecanismo de prebendas y servicios por votos a una población votante de 22 millones de colombianos” (subrayado fuera del texto) (p. 3).

Frente a lo anterior es necesario advertir que el voto obligatorio, es cuando menos, insuficiente para combatir la venta de votos. Es discutible que la concurrencia de los potenciales electores a las urnas vaya a ser mayor al implementarse el voto obligatorio, como lo demuestran los casos de Venezuela y Paraguay. Sin perjuicio de lo anterior, si se aumentará sustancialmente la cantidad de personas votando, este aumento no se daría con personas que quieren ir a votar, sino con quienes lo están haciendo obligadas (cuando el voto era voluntario no votaban, lo hacen ahora porque es obligatorio).

El voto obligatorio, no afecta de ninguna forma el análisis racional que hace el elector al momento de vender su voto. No le produce mayor disonancia cognitiva, ni modifica la jerarquía de sus metaordenamientos. Por lo tanto la maximización de la utilidad seguirá obteniéndose al vender el voto.

Además, la obligatoriedad del sufragio no hace que el individuo deje de preferir la maximización de su utilidad sobre el ejercicio político, no crea canales de comunicación y control efectivos entre elector y elegido, no constituye un

elemento que sirva para exigir el cumplimiento de las promesas de campaña de los candidatos, no genera ningún incentivo mayor para el ciudadano que el que representa el vender su voto, no mejora el acceso a la información que tiene el elector, no se constituye en una herramienta que le muestre al elector las bondades del voto programático, no genera responsabilidad en el elector frente a su decisión en las urnas y podría ser contraproducente, porque los ciudadanos que antes no votaban y se ven obligados a hacerlo, podrían optar por sacar algún provecho de una actividad en la que no creen y que antes no estaban obligados a desarrollar.

## **CONCLUSIONES**

Se ha evidenciado que la venta del voto es una forma de corrupción propiamente dicha, en función de la afectación que produce al interés general y el beneficio particular extraposicional que recibe quien la comete.

Frente a la forma como el individuo racional decide vender su voto, la implementación de la obligatoriedad del sufragio, desde una imposición normativa, no logra modificar ninguno de los factores que hacen que para el elector sea más racional vender el voto, que votar por candidatos que propongan soluciones de largo plazo a sus problemas a través de políticas públicas.

Se concluye que el voto obligatorio no es una medida efectiva para reducir la venta de votos. Lo que no puede hacer una norma que prescribe cárcel por vender el voto, no podrá hacerlo una que establezca sanciones (seguramente pecuniarias), por no concurrir a las urnas. En la jerarquía de ordenamientos, siempre primará el de precios sobre el de la normatividad.

En la elección racional que hacen los electores, prima siempre el interés de maximizar la utilidad individual, bien sea a corto plazo como en el caso de la venta

del voto o a largo plazo, como el caso de quién vota por el candidato que promete políticas públicas que le beneficiaran.

Para evitar que la gente venda el voto, hay que enfocar esfuerzos en mostrar que es mejor obtener beneficio a largo plazo, pues para la persona que vende el voto no importa si está obrando corruptamente o no, lo único que importa es maximizar la utilidad de su decisión.

## REFERENCIAS

Barreras Montealegre, R, L; (2006) Proyecto de Acto Legislativo 101 de 2006 Cámara: por el cual se establece la obligatoriedad del voto. Recuperado de: [http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar\\_documento?p\\_tipo=03&p\\_numero=101&p\\_consec=13619](http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=03&p_numero=101&p_consec=13619).

Cristiano, J L; (2006). Racionalidad de la acción y racionalidad de la teoría. *REIS Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 113, 135-153.

Cuéllar Vázquez, A. & Oseguera Quiñones, R. (2008). Las Instituciones en vilo. Derecho y democracia en América Latina. Novum Jus: *Revista Especializada En Sociología Jurídica Y Política*, 2(1), 235-258.

Datexco. (2017). *Pulso país. Medición Febrero-Marzo de 2017*. Recuperado de <http://opinometro.com/downloads/Inf11330.pdf>.

Diario El Tiempo.com (19, febrero, 2017). Voto obligatorio y desde los 16 años. Con más dudas que apoyo. *Sección Política*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/politica/gobierno/debate-sobre-voto-obligatorio-y-desde-los-16-anos-propuesto-por-el-gobierno-60527>.

Fergusson, L. Molina, C. & Riaño, J. F; (2017). *Vendo mi voto, ¿y qué? Una nueva base de datos y evidencia para Colombia*. Bogotá: Universidad de los Andes.

Fergusson, L. & Riaño, J. F; (2014). La política colombiana a la luz de la ELCA: entre el desinterés y el clientelismo. En X. Cadena (comp.), *Colombia en movimiento 2010-2013 Los cambios en la vida de los hogares a través de la Encuesta Longitudinal Colombiana de la Universidad de los Andes ELCA*. (pp, 121-148). Bogotá: Universidad de los Andes.

Fernández, M. & Thompson J; (2007). El Voto obligatorio. *En Tratado de derecho electoral comparado de América Latina*. (pp. 253 – 265). México: FCE, Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Universidad de Heidelberg, International IDEA, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Instituto Federal Electoral. Recuperado de: <http://www.corteidh.or.cr/tablas/23665.pdf>.

Fernández de Mantilla, L. & Flórez Pinilla, K; (2008). ¿Qué evalúa el ciudadano al momento de votar? Algunas apreciaciones desde el enfoque racional. *Reflexión Política*, 10(19) 196-204.

García Peña, I. (2010). Animal racional: breve historia de una definición. *Anales del Seminario de Historia de la Filosofía*, 27, 295-313.

Garzón Valdes, E. (1999). Algunas Reflexiones sobre la ignorancia. *ISONOMIA*. 11, 129-148.

Gómez, L; (2015). *Disonancia cognitiva y racionalidad práctica*. España: Universidad Nacional de Educación a Distancia. Recuperado de <http://espacio.uned.es/fez/view/bibliuned:masterFilosofiaLogica-Lgomez>



Gómez Pinilla, J. (22, julio de 2014). El voto obligatorio es más bueno que malo. *Revista Semana.com* Semana. Recuperado de: <http://www.semana.com/opinion/articulo/el-voto-obligatorio-es-mas-bueno-que-malo-opinion-de-jorge-gomez/396583-3>.

Guglieri, M. P. G., Luna, L. G., Cabello, M. A., & Recio, L. Á. H. (1999). ¿ Es racional votar?: El estado de la cuestión desde la perspectiva de la elección pública. En. *VI Encuentro de Economía Pública: el gasto social y su financiación: 4-6-de febrero de 1999* (p. 35). España: Universidad de Sevilla.

Klitgaard, R. (1994). *Controlando la corrupción una indagación práctica para el gran problema social de fin de siglo*. (E.M. Sierra, Trad.) Buenos Aires, Sudamericana.

Laporta, F.J. (1997). *La corrupción política, introducción general*. Madrid: Alianza Editorial, S.A.

Larrañaga, P. (2001). Responsabilidad de rol y directrices. *Doxa Cuadernos de Filosofía y Derecho*, 24, 559-577.

Mendoza Ospina, D. M; (2009). *La lógica de la corrupción política: un marco analítico desde la ciencia política*. Bogotá D.C.: Pontificia Universidad Javeriana.

Paramio, L; (2005). Teorías de la decisión racional y de la acción colectiva. *Sociológica*, 20 (57), 13-34.

Rabotnikof, N; (1999). Corrupción política: definiciones técnicas y sentidos sedimentados. *ISONOMIA*. 10, 25-39.

Rodriguez Contreras, E.E. (2011) *Corrupcion y probidad en los contratos estatales, legislación colombiana*. Bogotá D.C.: Universidad Nacional de Colombia.

Rodríguez-Garavito, C. (16, febrero, 2017. Razones a favor del voto obligatorio. *Diario El Espectador.com*. Recuperado de: <http://www.elespectador.com/opinion/razones-favor-del-voto-obligatorio-columna-680284>

Sánchez Torres, C. A; (2000). Derecho electoral en Colombia. *Revista Estudios Socio-Jurídicos*, 2, 68-119.

Searle, J. R. (2000). *Razones para actuar una teoría del libre albedrío*. Oviedo, España: Nobel.

Ungar, E; (2011). *Lo bueno, lo malo y lo feo del voto obligatorio en Colombia: un debate inconcluso*. Experiencia Comparada. Chile: Centor de Estudios Públicos de Chile.

Vásquez, R; (2007). Corrupción política y responsabilidad de los servidores públicos. *DOXA Cuadernos de Filosofía y Derecho* 30, 205-216.

Villamil, J. E. (2017) *La Corrupción en Colombia, aproximaciones conceptuales y metodológicas para abordarla: un análisis de las entidades de control e investigación y estudio de casos 2010-2014*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia .

## **NORMATIVIDAD**

Constitución Política de Colombia (1991). *Revisada y actualizada*. Bogotá: Leyer.